

一件快递的华容道

子不语



丰巢涨价事件引起的波澜已经持续好几天了,在丰巢与业委会之间,来回纷飞的炮火之中,我们还是来把整件事情从头捋一捋。

首先,丰巢有没有权利涨价?

作为一家商业公司,在物价部门没有提出异议的情况下,它当然有权利涨价。就像你家小区门口卖生煎的店,把生煎从8块一两涨到了10块一两,贵是贵了点,但也不至于让你大动肝火,或者发动业委会的力量把生煎店从小区门口的店面里赶走。

而且丰巢涨得也不是很厉害,一块钱,半只生煎也买不了,而且还提供12小时的免费。这一块钱不痛不痒,为什么反弹会那么大呢?

关键消费者的痛点其实在于快递员常常招呼也不打,就自顾自把快递扔到丰巢的柜子里。以前不收钱的时候,消费者顶多抱怨几声,下楼跑一趟去把快递取回来。但现在丰巢开始收钱了,万一12个小时里没去取,就要平白无故被收一块钱。

我凭什么出这一块钱?

商家涨价,消费者如果不买账,可以用脚投票不去消费。比如生煎店涨价了,我可以选早饭不吃生煎,去隔壁买我觉得相对便宜的千里香小馄饨。但在丰巢这件事情上,消费者觉得没得选,我不想用丰巢的柜子,不想出这一块钱,快递员仍然不管三七二十一就已经把快递扔到丰巢柜子里去了。

经常有包裹遭遇这样的华容道,消费者就觉得自己的选择权受到了绑架,这是消费者最为光火的痛点。

但是消费者的选择权是被谁绑架的呢?丰巢有没有让你非要他们的柜子?

好像并没有。

因为问都不问一声把你的快递扔到丰巢柜子,造成一只包裹非要过一遍华容道的,是

快递小哥,或者说快递公司的行为。在寄送快递这件事情上,和消费者有契约关系的是快递公司,而不是丰巢。如果快递员为了赶业务量,没时间挨家挨户投递,直接把快递放进了快递柜,这是快递公司违约,和丰巢并没有多大的关系。

打个比方,你差阿姨去买早饭,你告诉阿姨生煎涨价了,不要买,买千里香小馄饨,结果阿姨还是给了买了生煎回来。这是生煎店的责任呢,还是阿姨的责任?

所以现在比较拽的是送快递的,你让他不要放丰巢他偏要放丰巢,放完朝你摊摊手,东西已经在那里了,你就去取一下吧,超时了顶多就是一块钱的事情。

我就碰到过不止一次这样的事情,我能怎么样?拒收吗?但我家的狗正嗷嗷等着快递来的狗粮呢。

感觉就像阿姨买完生煎说她两句,她马上就怼回来:你有钱请阿姨,还不舍得多出两块钱买生煎?

于是这就形成了一个死循环,丰巢涨价消费者不买账,消费者不买账却觉得自己没得选,找丰巢理论,丰巢摊摊手,虽然我们和顺丰是一家,可“四通一达”可不归我们管啊。要知道现在市面上70%的包裹,是“四通一达”投递的啊。

某小区那封著名的致丰巢的公开信,提出的诉求有两点。一是在快递柜上张贴醒目

提示,请快递员必须先行征得客户同意下方可投入丰巢柜;二是将免费时长延长到24小时。

第二条可能需要大家坐下来谈一谈,但市场经济实行了几十年,我们应该学会的一个道理:一家商家收多少钱,别人都说了不算,老板说了算。

至于第一条,如果丰巢在门口张贴提示就能让快递员乖乖把快递送上门,这桩事情还会搞那么复杂?

要解开这个死循环,还是要从快递公司着手。

快递柜的出现,确实大大提高了快递配送的效率,为快递公司节约下来了大量成本,这其实也是这两年“四通一达”基本上没涨过什么价的原因。为了节约时间,提高效率,快递员将原本应该递送到家的快递放进快递柜里,为此宁愿将一单快递利润的一半甚至更多分给丰巢。

但快递公司毕竟是跟消费者签署过协议的,为了节约成本,没有经过消费者同意就擅自投递到快递箱,肯定是要负违约责任的。消费者应该培养自己的维权意识,积极向邮政管理部门进行投诉,倒逼快递公司纠正做法。

另一方面,快递公司也可以选择更丰富的业务线,比如在寄送快递的时候,消费者可以选择价格相对便宜的“投递到快递柜”或者价格相对较高的“投递到家”。这样的话,可能既能保证消费者的选择权,又能使快递的运转更有效率。

总之,选择情绪用事,只能抬高各方面的成本。选择理性地寻求解决之道,才能尽可能保障各方的利益,让各种资源,都能得到最大化的使用。